

## BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dipaparkan mengenai teori yang berkaitan dan mendukung terhadap studi ini yaitu teori elemen pembentuk citra kota.

### 2.1 Pengertian Citra Kota

Menurut kamus umum Bahasa Indonesia (1987), kata citra itu sendiri mengandung arti: rupa, gambar, gambaran, gambaran yang dimiliki orang banyak mengenai pribadi, perusahaan/organisasi/produk. Dapat juga diartikan sebagai kesan mental atau bayangan visual yang ditimbulkan oleh sebuah kota. Dengan demikian secara harfiah citra kota dapat diartikan sebagai kumpulan dari interaksi sensorik langsung seperti diimplementasikan melalui sistem nilai pengamat dan diakomodasikan kedalam penyimpanan memori dimana input dari sumber tak langsung sama pentingnya (Pocock & Hudson, 1978).

Citra secara luas terkait dengan ruang, dan dapat pula dikaitkan dengan rasa atau persepsi seseorang. Berikut ini merupakan beberapa karakteristik dari sebuah citra (Pocock & Hudson, 1978):

- a) Citra merupakan sebagai representasi parsial dan sederhana.
- b) Citra umumnya skematis atau dibentuk secara fisik atau sosial. Objek yang menimbulkan citra tersebut tidak perlu memiliki bentuk yang sama terhadap lingkungannya.
- c) Citra merupakan "*Idiosyncratic*" atau dengan kata lain setiap orang akan memiliki respon atau citra yang berbeda terhadap sesuatu hal yang sama.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa citra sangat tergantung pada persepsi atau cara pandang orang masing-masing. Citra juga berkaitan dengan hal-hal fisik. Citra kota sendiri dapat diartikan sebagai gambaran mental dari sebuah kota sesuai dengan rata-rata pandangan masyarakatnya (Zahnd, 1999). Citra kota menggambarkan suatu persamaan dari sejumlah gabungan atau satuan informasi yang dihubungkan dengan tempatnya (Kotler, 1993). Diterjemahkan melalui gambaran mental dari sebuah kata sesuai dengan rata-rata pandangan masyarakatnya (Lynch, 1982).

Sebuah citra lingkungan (kota) menurut (Lynch, 1982) dalam bukunya "*Image of the city*" dapat dianalisis kedalam komponen yang meliputi:

- a) **Identitas**, suatu objek harus dapat dibedakan dengan objek-objek lain sehingga dikenal sebagai sesuatu yang berbeda atau mandiri.
- b) **Struktur**, citra harus meliputi hubungan spasial atau hubungan pola citra objek dengan pengamat dan dengan objek-objek lainnya.
- c) **Makna**, yaitu suatu objek harus mempunyai arti tertentu bagi pengamat baik secara kegunaan maupun emosi yang ditimbulkan.

## 2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Terbentuknya Citra Kota

Dalam bukunya Lynch (1982), pembentukan citra kota tergantung pada rasa (*sence*), pengalaman (*experience*), persepsi dan imajinasi pengamat atau dalam hal ini adalah masyarakat terhadap sesuatu tempat atau lingkungannya. Keterkaitan antara manusia dengan tempat atau lingkungannya akan mempengaruhi pembentukan citra kota.

Sujarto (1988, dalam Prasadha (1999) dan Prastianti (2006) menyatakan bahwa citra kota tercermin dari kinerja penampilan fisik kota yang pada hakekatnya menyangkut 3 aspek pertimbangan antara lain:

1. aspek normatis kota (kondisi sosial-budaya);
2. aspek fungsional kota (kegiatan khas masyarakat); dan
3. aspek fisik kota (kekhasan penampilan fisik kota).

Dari uraian tersebut terlihat bahwa aspek fungsional kota merupakan aspek non fisik yang turut mempengaruhi terbentuknya citra kota. Sejalan dengan pemikiran Lynch (1982) bahwa hal-hal yang dapat mempengaruhi citra kota selain objek fisik yang tampak terkait juga dengan:

- Makna sosial (*social meaning*);
- Fungsi (*function*);
- Sejarah (*history*);
- Nama (*name*) dari kota tersebut.

Kotler (1993), menyebutkan beberapa faktor yang dapat menentukan citra suatu kota antara lain:

1. Persepsi personal terhadap suatu tempat dapat beragam antara orang yang satu dengan yang lainnya (penduduk asli, pengunjung, pengusaha, investor dan pelancong);
2. Posisi dari tempat tersebut akan mendukung citra yang tercipta;

3. Tergantung pada waktu dan dapat berlaku sepanjang waktu.

Selain itu dijelaskan pula bahwa terdapat 3 cara dalam membahasakan citra antara lain:

1. Slogan, tema dan kedudukan;
2. Simbol visual;
3. Peristiwa dan kegiatan dimana media massa memiliki peran penting melalui ketiganya dalam memunculkan citra suatu kota di mata masyarakat.

Adanya perbedaan-perbedaan yang nyata dan terasa dalam setiap kota akan memunculkan ciri khas kota tersebut (Rapoport, 1997) yang pada akhirnya akan memunculkan citra kota. Perbedaan yang dimaksud adalah perbedaan yang menyangkut fisik, sosial dan sesuatu yang bersifat temporal.

- a. Perbedaan fisik, menyangkut sifat kota berdasarkan penilaian;
  - Visual sebagai akibat perbedaan wujud, bentuk, ukuran, tinggi, warna dan lain-lain;
  - Suara;
  - Bau-bauan;
  - Pergerakan udara dan perbedaan iklim;
  - Bentuk dan tekstur permukaan jalan.
- b. Perbedaan sosial;
  - Karakteristik masyarakat;
  - Jenis aktivitas dan intensitasnya;
  - Intensitas norma dan budaya lokal pada pemanfaatan ruangnya;
  - Simbol dan hirarki atau tanda sebagai makna ciri dan status sosial.
- c. Perbedaan yang bersifat temporal;
  - Jangka panjang berkaitan dengan perubahan sosial masyarakat, indikator sosial dan perkembangan kebudayaan;
  - Jangka pendek berkaitan dengan intensitas pemanfaatan waktu tempo dan irama kegiatan.

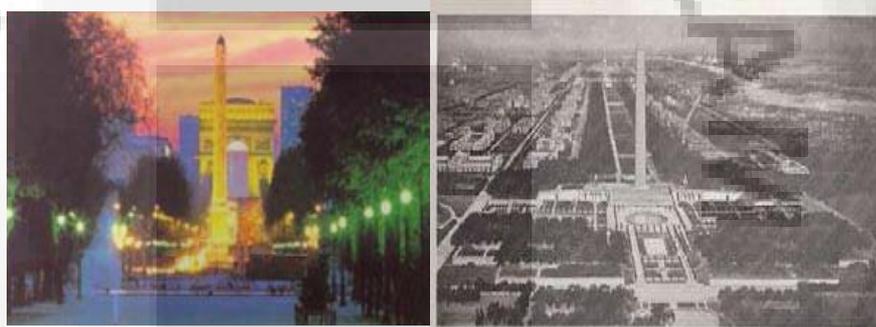
### 2.3 Teori Place

Teori ini dipahami dari segi seberapa besar kepentingan tempat-tempat perkotaan yang terbuka terhadap sejarah, budaya, dan sosialisasinya. Analisis place adalah alat yang baik untuk:

- Memberi pengertian mengenai ruang kota melalui tanda kehidupan perkotaanya.
- Memberi pengertian mengenai ruang kota secara kontekstual.
- Salah satu bentuk keberhasilan pembentuk *place* adalah seperti aturan yang dikemukakan Kevin Lynch untuk desain ruang kota, yaitu:

#### 1) Kejelasan (*Legibility*)

Sebuah kejelasan emosional suatu kota yang dirasakan secara jelas oleh warga kotanya. Artinya suatu kota atau bagian kota atau kawasan bisa dikenali dengan cepat dan jelas mengenai distriknya, landmarknya atau jalur jalannya dan bisa langsung dilihat pola keseluruhannya.



**Gambar 2.1**  
Contoh Kejelasan di L'Avenue des Champs Elyses, Perancis

Sumber: [furuhiho.staff.gunadarma.ac.id](http://furuhiho.staff.gunadarma.ac.id)

#### 2) Identitas dan Susunan

Identitas artinya *image* orang akan menuntut suatu pengenalan atas suatu obyek dimana didalamnya harus tersirat perbedaan obyek tersebut dengan obyek yang lainnya, sehingga orang dengan mudah bisa mengenalinya. Susunan artinya adanya kemudahan pemahaman pola suatu blok-blok kota yang menyatu antar bangunan dan ruang terbukanya.



**Gambar 2.2**  
**Contoh Identitas dan Susunan di Suatu Kawasan**  
 Sumber: *furuhitho.staff.gunadarma.ac.id*

### 3) Visual dan *Symbol Connection*

#### a. Visual Connection

Visual connection adalah hubungan yang terjadi karena adanya kesamaan visual antara satu bangunan dengan bangunan lain dalam suatu kawasan, sehingga menimbulkan image tertentu. Visual connection ini lebih mencakup ke non visual atau ke hal yang lebih bersifat konsepsi dan simbolik, namun dapat memberikan kesan kuat dari kerangka Kawasan.

Dalam pengaturan suatu landuse atau tata guna lahan, relasi suatu kawasan memegang peranan penting karena pada dasarnya menyangkut aspek fungsional dan efektivitas. Seperti misalnya pada daerah perkantoran pada umumnya dengan perdagangan atau fungsi fungsi lain yang kiranya memiliki hubungan yang relevan sesuai dengan kebutuhannya.



**Gambar 2.3**  
**Contoh *Visual Connection* antara Satu Bangunan dengan Bangunan Lainnya**  
 Sumber: *furuhitho.staff.gunadarma.ac.id*

b. *Symbolic Connection*

*Symbolic connection* dari sudut pandang komunikasi simbolik dan *cultural anthropology* meliputi:

- *Vitality*;

Melalui prinsip-prinsip *sustainability* yang mempengaruhi sistem fisik, *safety* yang mengontrol perencanaan urban struktur, *sense* seringkali diartikan sebagai *sense of place* yang merupakan tingkat dimana orang dapat mengingat tempat yang merupakan tingkat dimana orang dapat mengingat tempat yang memiliki keunikan dan karakteristik suatu kota.

- *Fit*;

Menyangkut pada karakteristik pembangkit sistem fisik dari struktur kawasan yang berkaitan dengan budaya, norma dan peraturan yang berlaku.

#### 4) *Imageability*

*Imageability* artinya kualitas secara fisik suatu obyek yang memberikan peluang yang besar untuk timbulnya *image* yang kuat yang diterima orang. *Image* ditekankan pada kualitas fisik suatu kawasan atau lingkungan yang menghubungkan atribut identitas dengan strukturnya.

Kelemahan analisis *place* muncul dari segi perhatiannya yang hanya difokuskan pada satu tempat perkotaan saja. Teori *place* memfokuskan diri pada pemahaman makna tempat kota yang terdiri dari (1) konteks kota yang dikemukakan oleh A.V. Eyck membahas lebih lanjut tipologi ruang statis dan dinamis; (2) citra kota dibahas oleh Kevin Lynch dengan 5 elemennya yaitu *path*, *edges*, *district*, *nodes*, dan *landmark*.

#### 2.4 Tetenger (*Landmark*)

Tetenger yang merupakan titik referensi seperti elemen simpul tetapi tidak masuk kedalamnya karena bisa dilihat dari luar letaknya. Tetenger adalah elemen eksternal yang merupakan bentuk visual yang menonjol dari kota misalnya gunung, bukit, gedung tinggi, menara, tanah tinggi, tempat ibadah, pohon tinggi dan lain-lain. Beberapa tetenger letaknya dekat sedangkan yang lain jauh sampai diluar kota. Tetenger adalah elemen penting dari bentuk kota karena membantu orang untuk mengenali suatu daerah.



**Gambar 2.4**  
**Contoh Tetenger (Landmark)**

Sumber: Paris Project, Numero 27.28, L'Aménagement U Del'est de Paris, 1999

Berikut merupakan unsur-unsur tetenger (*landmark*), sebagai berikut:

- a) Unsur *landmark*, yaitu (1) Tanda fisik, berupa elemen visual, (2) Informasi yang memberikan gambaran secara cepat dan pasti, (3) Jarak, harus dikenali pada suatu jarak.
- b) Kriteria *landmark*, yaitu (1) Visual, (2) Nilai lebih dibanding historis dan Ciri khas yang mudah diingat, (3) Bentuk yang jelas, (4) Mudah dikenali, (5) Memiliki hirarki fisik secara estetis Elemen visual diperkuat dengan suara dan bau.
- c) Macam *landmark*
  1. Ditinjau dari aspek bentuk:
    - Dibentuk dari suatu elemen atau bangunan;
    - Berupa kawasan/*urban space* yang memanjang atau *cluster*.
  2. Ditinjau dari aspek jarak:
    - *Distant landmark*;
    - *Local landmark*.
- d) Proses pembentukan *landmark*:
  - Memperluas arah pandang;
  - Membuat kontras;
  - Meletakkan *landmark* pada suatu tempat yang memiliki hirarki visual secara strategis atau istimewa.
- e) Kedudukan *landmark* yaitu secara tidak terencana, seperti terjadi pada kota-kota kuno dan terencana, melalui kesadaran tentang *urban design*.
- f) Fungsi *landmark* yaitu sebagai sarana informasi dan sebagai orientasi lingkungan.



**Gambar 2.5**  
**Contoh Landmark**

Sumber: *furuhitho.staff.gunadarma.ac.id*

## 2.5 Jalur (Path)

Path yang merupakan elemen paling penting dalam citra kota. Kevin Lynch menemukan dalam risetnya bahwa jika identitas elemen ini tidak jelas, maka kebanyakan orang meragukan citra kotanya secara keseluruhan. Jalur merupakan alur pergerakan yang secara umum digunakan oleh manusia seperti jalan, gang-gang utama, jalan transit, lintasan kereta api, saluran dan sebagainya. Jalur mempunyai identitas yang lebih baik jika memiliki tujuan yang besar (misalnya ke stasiun, tugu, alun-alun) serta ada penampakan yang kuat (misalnya pohon) atau ada belokan yang jelas.



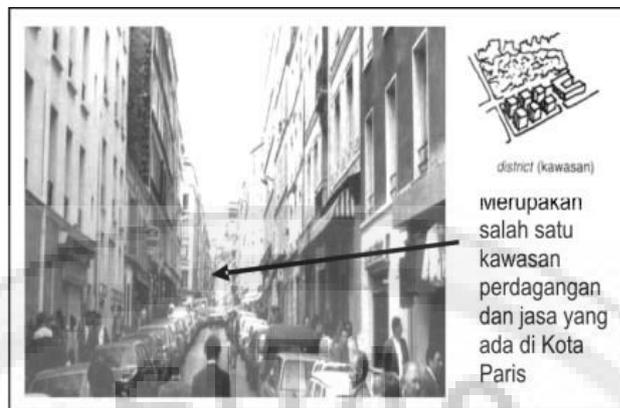
**Gambar 2.6**  
**Contoh Jalur (Path)**

Sumber: *Paris Project, Numero 27.28, L'Aménagement U Del'est de Paris, 1999*

## 2.6 Kawasan (District)

Kawasan yang merupakan kawasan-kawasan kota dalam skala dua dimensi. Sebuah kawasan memiliki ciri khas mirip (bentuk, pola dan wujudnya) dan khas pula dalam batasnya, dimana orang merasa harus mengakhiri atau memulainya. Kawasan dalam kota dapat dilihat sebagai referensi interior maupun

eksterior. Kawasan mempunyai identitas yang lebih baik jika batasnya dibentuk dengan jelas berdiri sendiri atau dikaitkan dengan yang lain.

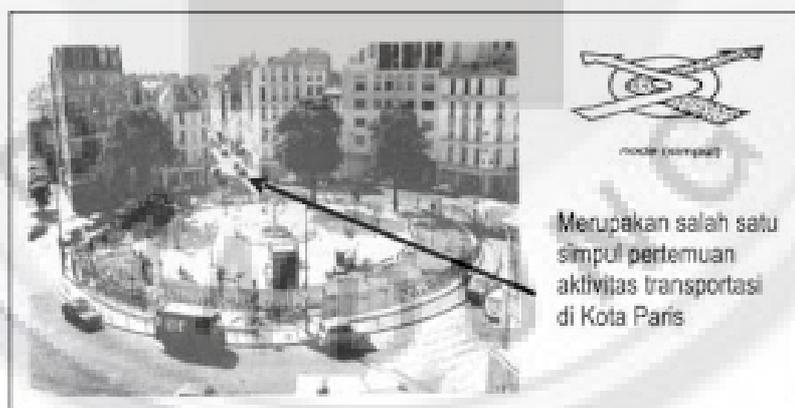


**Gambar 2.7**  
**Contoh Kawasan (District)**

Sumber: Paris Project, Numero 27.28, L'Aménagement U Del'est de Paris, 1999

## 2.7 Simpul (Nodes)

Node yang merupakan simpul atau lingkaran daerah strategis dimana arah atau aktivitasnya saling bertemu dan dapat diubah arah atau aktivitasnya misalnya persimpangan lalu lintas, stasiun, lapangan terbang, dan jembatan. Kota secara keseluruhan dalam skala makro misalnya pasar, taman, square dan lain sebagainya. Simpul adalah suatu tempat dimana orang mempunyai perasaan masuk dan keluar dalam tempat yang sama.



**Gambar 2.8**  
**Contoh Simpul (Nodes)**

Sumber: Paris Project, Numero 27.28, L'Aménagement U Del'est de Paris, 1999

## 2.8 Batas atau tepian (Edge)

Edge yang merupakan elemen linier yang tidak dipakai atau dilihat sebagai jalur. Batas berada diantara dua kawasan tertentu dan berfungsi sebagai pemutus linier misalnya pantai, tembok, batasan antara lintasan kereta api, topografi dan lain-lain. Batas lebih bersifat sebagai referensi daripada misalnya

elemen sumbu yang bersifat koordinasi (*linkage*). Batas merupakan penghalang walaupun kadang-kadang ada tempat untuk masuk. Batas merupakan pengakhiran dari sebuah kawasan atau batasan sebuah kawasan dengan yang lainnya. Demikian pula fungsi batasnya harus jelas membagi atau menyatukan.



**Gambar 2.9**  
**Contoh Batas atau Tepian (Edges)**

Sumber: Paris Project, Numero 27.28, L'Aménagement U Del'est de Paris, 1999

## 2.9 Metode Identifikasi Citra Kota

Pengidentifikasian citra kota berdasarkan hasil pengamatan masyarakat dapat dilakukan dengan beberapa metode berikut ini:

### 2.9.1 Metode Menurut Kevin Lynch

Menekankan pada penilaian masyarakat akan kelima elemen pembentuk citra kota. Metode tersebut dilakukan melalui kegiatan wawancara yang mendalam (*In depth interview*) dan pemetaan citra kota (*Mental mapping*). Saat wawancara dapat diajukan pertanyaan mengenai bagaimana suatu kota disimbolkan oleh masyarakat kemudian diminta untuk mendeskripsikan perjalanan mereka dari rumah sampai dengan ke tempat aktivitas rutin seperti bekerja dan sekolah termasuk tanda-tanda yang mereka alami selama perjalanan. Mereka juga diminta untuk membuat suatu daftar dan deskripsi mengenai bagian-bagian yang paling mudah mereka kenali atau memiliki ciri khas. Selain wawancara mereka juga diminta untuk membuat suatu sketsa atau peta kasar dari kota itu. Dari sketsa itu dapat dilihat bahwa mereka tidak akan mencantumkan tempat-tempat yang membingungkan dan bagian-bagian kota yang tidak disukai oleh masyarakat.

### 2.9.2 Metode Menurut Jack L. Nasar

Metode yang digunakan dalam melakukan penilaian citra kota berdasarkan persepsi masyarakat sama dengan metode Lynch yaitu dengan wawancara dan mental map, hanya saja isi dari pertanyaan wawancara serta

penekanan mental mapnya berbeda. Dalam bukunya “*The Evaluative Image Of The City* (1998), menekankan pada penilaian masyarakat terhadap komponen atau elemen citra kota yang termasuk dalam makna yang disebutnya *Likeability* (kesukaan). *Likeability* adalah penegasan dari makna konotatif dimana suatu tempat atau kota memiliki nilai emosional terhadap pengamat. Seseorang akan lebih mudah mengingat suatu tempat apabila orang tersebut menyukai tempat atau kota tersebut.

*Mental mapping* pada metode ini diarahkan untuk melihat area atau bagian-bagian dari suatu kota mulai dari yang paling disukai sampai yang paling tidak disukai oleh responden. Dengan demikian respondenn diminta untuk menilai area atau bagian kota berdasarkan tingkat kesukaan.

Dari hasil studi di Knoxville dan Chattanooga yang dikutip dari Dwitiya Ariani (2006), Nasar dapat mengklasifikasikan lima jenis atribut lingkungan yang menjadi alasan seseorang menyukai sebuah daerah (*likeable features*), yaitu kealamian (*naturalness*), keterawatan (*upkeep/civilities*), Keterbukaan (*openness*), pengaruh historis/sejarah (*historical significance*) dan keteraturan (*order*). Definisi atribut-atribut tersebut adalah:

1. **Kealamian**; merujuk pada keberadaan tanaman, air atau gunung.  
Responden menjawab bahwa mereka menyukai suatu daerah yang memiliki pemandangan yang indah, sungai, danau, gunung, dan taman yang indah. Responden juga mengatakan bahwa mereka tidak menyukai daerah terbangun yang sangat mencolok, seperti wilayah industri, dan daerah yang tidak hijau.
2. **Keterawatan**; mengacu pada terawatnya suatu daerah.  
Responden mengatakan bahwa mereka menyukai suatu tempat karena kebersihannya, perawatannya dan perasaan nyaman.
3. **Keterbukaan**; terkait dengan pemandangan.  
Responden mengatakan bahwa mereka menyukai suatu tempat karena adanya ruang terbuka dan pemandangan. Mereka juga mengatakan bahwa mereka tidak menyukai tempat yang memiliki batasan-batasan, kemacetan, kebisingan dan jalan-jalan sempit.
4. **Pengaruh historis atau sejarah**;  
Berarti bahwa tempat tersebut memiliki nilai sejarah. Responden mengatakan bahwa mereka menyukai suatu tempat karena memiliki penampilan dan keterkaitan sejarah.

## 5. Keteraturan;

Mengacu pada tingkatan yang dirasakan responden pada daerah yang tampak terorganisir. Responden mengatakan bahwa mereka menyukai tempat yang memiliki keteraturan visual dan keterpaduan. Mereka mengatakan bahwa mereka tidak menyukai tempat yang tidak teratur, kacau dan tidak terpadu.

### 2.9.3 Metode Menurut Philip Kotler

Metode Menurut Philip Kotler dalam *Marketing Place: Attracting Investmen, Industry and Tourism to Cities, State and Nations* (1993), salah satu faktor penting dalam memasarkan sebuah kota adalah menciptakan citra kota. Metode yang digunakan oleh Kotler dalam melakukan penilaian citra kota berdasarkan persepsi masyarakat adalah lebih menekankan citra kota sebagai potensi ekonomi untuk menarik minat wisatawan, investor maupun penduduk lokal dalam rangka meningkatkan kegiatan ekonomi kota.

Metode menurut Philip Kottler digunakan untuk mengetahui Penilaian *Familiarity* (keterkenalan) dan *Favorability* (keadaan menyenangkan). Untuk melihat seberapa kenal (*familiarity*) responden terhadap suatu tempat atau kota.

Responden yang merasa kenal dengan tempat tersebut kemudian diminta untuk mendeskripsikan seberapa senang mereka terhadap tempat tersebut.

Berikut adalah kombinasi ketiga metode yang digunakan untuk mengidentifikasi citra Kawasan Tugu Khatulistiwa adalah:

**Tabel 2.1**  
**Metode Identifikasi Citra Kawasan Tugu Khatulistiwa**

Tahapan	Metode	Substansi	Sumber
Identifikasi elemen pembentuk citra Kawasan Tugu Khatulistiwa	Kuesioner	Elemen pembentuk citra ( <i>edge, path, node, landmark, dan district</i> )	Kevin Lynch (1982)
Identifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam elemen pembentuk citra Kawasan Tugu Khatulistiwa	Kuesioner	Faktor yang mempengaruhi suatu elemen disukai ( <i>atribut likeability</i> )	Jack L. Nasar (1998)
		Faktor yang mempengaruhi suatu elemen berkesan dan keadaan menyenangkan ( <i>favorability</i> )	Philip Kottler (1993)

Sumber: Dwitiya Ariani, 2006